



Время идет. Проблемы остаются

В Торгово-промышленной палате России 24 октября состоялось очередное заседание Комитета ТПП РФ по выставочной деятельности и поддержке товаропроизводителей и экспортеров. Основным вопросом повестки дня стало обсуждение двух подготовленных документов: проекта «Концепции развития выставочно-ярмарочной деятельности в РФ» и Плана мероприятий по ее реализации.



На фото (слева направо): Юрий Котов, Игорь Коротин, Владислав Малькевич, Сергей Беднов.

Вел заседание председатель Комитета, председатель правления МТПП Юрий Котов.

В своем вступительном слове директор Департамента выставок и ярмарок ТПП РФ Игорь Коротин сообщил, что в соответствии с Поручением Правительства РФ (ИШ-П2-4046 от 3 июля 2008 года, срок исполнения – 1 ноября 2008 года) проект Концепции подготовлен рабочей группой, утвержденной Комитетом, при активном участии экспертов «Экспоцентра».

В начале заседания поступило предложение рассмотреть проект Концепции вместе с Планом мероприятий по ее реализации.

Наибольший интерес вызвало обсуждение следующих конкретных вопросов развития выставочно-ярмарочной деятельности, включенных в предложенные документы:

- о совершенствовании нормативной правовой базы;
- о разработке Федерального закона;
- о национальном стандарте по терминологии;
- о координации.

Активное участие в обсуждении приняли:

- **Леонид Говоров**, президент Московской ТПП, председатель Гильдии выставочно-ярмарочных организаций МТПП;
- **Сергей Алексеев**, генеральный директор ВАО «Ленэкспо», президент РСВЯ, председатель Европейского отделения UFI;
- **Дмитрий Готовцев**, заместитель директора Департамента внешнеэкономических отношений Минпромторга РФ;
- **Сергей Беднов**, заместитель генерального директора, начальник отдела ЗАО «Экспоцентр»;
- **Татьяна Зворыкина**, председатель Технического Комитета 346 «Бытовое обслуживание населения» Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии, руководитель Центра научных исследований и информации в сфере услуг Института региональных экономических исследований (ИРЭИ);
- **Андрей Лапшин**, президент холдинга MVK, «Сокольники»;
- **Игорь Найденов**, председатель Правления ЗАО «ПИК «Максима»;
- **Николай Липатников**, президент Вятской ТПП;
- **Андрей Шаповалов**, генеральный директор ОАО «Сибэкспоцентр».

Вопросы, вынесенные на обсуждение Комитета, имеют важнейшее значение для развития всего выставочного рынка России. Предлагаем вниманию читателей обзор основных выступлений, отражающий всю остроту поднятых проблем.

КАКОЙ ДОЛЖНА БЫТЬ КОНЦЕПЦИЯ?

По словам Юрия Котова, никто не высказался против Концепции как таковой. Однако с тем, что документ требует доработки, согласились все.

Сергей Алексеев: Мы наступаем на те же грабли, что и в 2001 году. Тогда мы разработали Концепцию развития выставочной деятельности в России на ближайшие годы, утвердили ее на уровне Правительства России. Был принят и план мероприятий по ее реализации. Несмотря на это, многие пункты, мягко скажем, не были выполнены. Чтобы это не повторилось, мне кажется, надо упростить и сократить Концепцию, конкретизировать некоторые ее положения.

Леонид Говоров: На мой взгляд, Концепция достаточно сырая, она сейчас выглядит как концепция Концепции. Такой документ должен содержать анализ нынешнего состояния выставочной деятельности, прогноз ее дальнейшего развития. Необходима привязка Концепции к «Программе 2020». План мероприятий не достаточно структурирован.

Дмитрий Готовцев: Согласен с предыдущими выступающими. На сегодняшний день Концепцию, которую мы видим, можно считать концепцией Концепции, ее надо упростить.

При этом надо четко выделить основные направления развития выставочно-ярмарочной деятельности и проблемы, которые необходимо более конкретно рассматривать и решать. Считаю также, что, в принципе, Концепцию можно было бы планировать в определенных временных рамках, возможно, в соответствии с «Программой 2020».

Должен развеять опасения некоторых выступавших и сказать, что проект Концепции, который мы обсуждаем, не будет сразу представлен в Правительство. Существует определенный порядок подготовки подобного рода документов – они должны пройти согласование с федеральными органами исполнительной власти. Поэтому сейчас мы Концепцию

обсуждаем с целью подготовки предложений, которые в дальнейшем будут рассмотрены в установленном порядке.

НУЖЕН ЛИ ЗАКОН?

Открывая заседание, Игорь Коротин предложил обсудить включенное в План мероприятий (п. 2.3) предложение о разработке проекта Федерального закона о выставочно-ярмарочной деятельности. Участники обсуждения высказали разные мнения по вопросу необходимости этого документа. Вот что они сказали.

Сергей Беднов: Я уже на протяжении 15 лет отстаиваю позицию, что закон выставочникам не нужен. Почему?

Потому что, в принципе, нельзя четко определить предмет правового регулирования этого закона.

В приведенном ранее в качестве примера законе «О туристической деятельности» предметом правового регулирования является защита прав и законных интересов граждан, потребителей туристических услуг.

Почему был принят такой закон? Вы прекрасно знаете, какая была вакханалия на туристическом рынке. Наши граждане, находясь за рубежом, попадали в безвыходное положение, когда их кидали туристические компании. Если брать этот закон за аналогю, непонятно, чьи права должен защитить предлагаемый закон о выставочной деятельности? Экспонентов или выставочных операторов?

Мне кажется, что те силы и средства, которые мы собираемся посвящать разработке закона о выставочно-ярмарочной деятельности, в первую очередь надо направить на подготовку изменений и дополнений в действующие нормативные акты, которые в той или иной степени мешают организовать эффективное участие в выставочных мероприятиях.

Леонид Говоров: Что касается закона... Вопрос, конечно, спорный. Я бы не включал сейчас в план разработку закона, я бы сначала поработал над его концепцией, чтобы понять, что является предметом регулирования, для кого этот закон пишется, нужен он или нет. Сейчас мы путаем некоторые вещи. Одни, имея в виду закон, говорят о статусе участников, другие – о правилах проведения выставок, интеллектуальной собственности и дублировании выставок, надеясь, что в законе удастся решить эти проблемы.

Игорь Найденов: По поводу закона мы говорим более 10 лет и – безрезультатно. Первое заседание Коллегии у Евгения Пантелеева с обсуждением этого вопроса проходило очень много лет назад. Надо понять, что мы хотим от закона, какова цель его принятия. Это не аргумент – нужен закон, потому что мы отрасль.

Когда начинаешь анализировать, оказывается, что подавляющее число положений нашей коммерческой деятельности, как субъектов выставочного бизнеса, регулируется другими норма-

тивными документами и федеральными законами. Зарубежная практика показывает, что есть региональные «выставочные» законы в Испании (в Мадриде), в Италии. В основном эти законы регламентируют порядок получения разрешения на проведение выставок: кто может в Италии провести выставку, кто дает разрешение и т.д. В нашей законодательной ситуации невозможно создать механизм получения разрешения на проведение выставки. Есть там и другие требования, которые, на мой взгляд, наш закон не сможет отразить.

В разделе 2.3. в подразделе 5 говорится о разработке специального закона о деятельности выставочных операторов в свете реализации положений закона РФ «О саморегулируемых организациях». Саморегулируемые организации – это совершенно другое дело. И надо понять, хотим ли мы, как выставочное сообщество, создавать такие структуры?

Андрей Шаповалов: По поводу закона скажу, что я пришел в выставочный бизнес совсем недавно именно из делового туризма. Должен сказать, что закон о туризме, который здесь вспоминали, по мнению региональных туроператоров, убивает средний и малый бизнес. Если бы этого закона не было, 95% туроператоров перекрестились бы и обрадовались. Мнение там однозначное – закон не нужен.

Поэтому, когда говорят о законе о выставочно-ярмарочной деятельности, я боюсь, что может быть принят документ, который будет работать на крупные центры, но для нас, находящихся за Уралом...

Надо быть очень осторожным. С другой стороны, хотелось бы иметь документ, который повысил бы статус выставочной деятельности. В регионах наши администрации смотрят на нас снисходительно,

Николай Лопатников: Я бы тоже не идеализировал законы. Сомневаюсь, что в случае принятия закона власти будут по-другому смотреть на выставочную деятельность. Это зависит от уровня власти. Законы в России не выполняются. Надо взвесить, нужен закон или нет, особенно если учесть, что он может быть связан с законом о саморегулируемых организациях. Уже сейчас известно, при саморегулировании начинается «крышевание» системы, взносы растут, малый бизнес отходит в сторону. Та политика, которую ведет РСВЯ, нас устраивает, взносы, правда, великоваты. Комитет ТПП РФ – тоже сам все решает.

Андрей Лапшин: Закон, на мой взгляд, совершенно не нужен, поддерживаю позицию «Экспоцентра» ограничиться дополнением к определенным нормативным законодательным актам конкретно по вопросам, которые у нас являются большими: таможенное регулирование и др. Правильно, мы уже обсуждаем эту тему достаточно давно. Уже неоднократно все члены выставочного

сообщества, реального выставочного сообщества, которые являются игроками на рынке и организуют собственные мероприятия, высказывались против закона, и однако мы постоянно к нему возвращаемся. Я думаю, что эту тему стоит прекратить обсуждать, и перейти к подготовке конкретных поправок к законам и нормативным актам, которые мы в силах провести и реализовать.

Юрий Котов: Не надо просто так отказываться от разработки закона. Есть периферия, которой закон может быть нужен. Для них очень важно признание выставочно-ярмарочной деятельности.

Половина выставок в регионах – это ярмарки. Надо быть осторожнее и с терминологией. Например, в последний год мы заседания Комитета проводили во Владивостоке и в Костроме. Там проблемы требуют если не разработки закона, то совершенствования нормативной базы обязательно. Надо быть осторожнее при принятии решений.

О НОРМАТИВНОЙ ПРАВОВОЙ БАЗЕ

Необходимость внесения изменений в существующие нормативные акты и некоторые федеральные законы не вызывает сомнений в выставочном сообществе.

Вопрос неоднократно обсуждался, высказывались конкретные предложения. О проблемах, требующих решения, говорили и выступавшие на заседании. Несколько иную позицию высказал представитель Минпромторга России.

Сергей Беднов: Мне кажется, что одним из важнейших пунктов рассматриваемого документа должно стать совершенствование нормативно-правовой базы выставочной деятельности. Дело в том, что принятие ряда поправок к существующим нормативным документам может существенно облегчить жизнь нашим выставочникам и без какого-то значительного финансирования со стороны государственного бюджета.

В первую очередь я бы назвал Федеральный закон от 21 июля 2005 года N 94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд». В одной из его статей четко сказано, что при государственном заказе свыше 50 млн рублей, победитель конкурса обязан внести обеспечение в размере не менее 10-30% от общей суммы госзаказа.

Мне кажется, что, может быть для других категорий предприятий при выполнении государственного заказа это требование правомерно, но для выставочной деятельности это означает на практике, что выставочный оператор, который является победителем конкурса, извините, кредитует государство.

У меня есть конкретный пример действия этой статьи. «Мордовэкспоцентр» года два назад выиграл республиканский тендер на проведение крупной нацио-

нальной выставки «Шумбратадо ялгат», на открытие которой приехал тогда же Президент России Владимир Путин. Выиграв тендер, они, естественно, взяли кредит, провели выставку, причем на хорошем организационном уровне. До сих пор они не могут получить деньги назад от Правительства Республики.

Необходимо разработать также поправки к Таможенному кодексу РФ, например, по обеспечению беспрошльного вывоза товаров для экспонирования на выставках.

Может быть, нам продумать и поправки к Налоговому кодексу о возврате НДС иностранным компаниям. Можно привести еще примеры. Надо продумать поправки к ряду Постановлений Правительства РФ, например, по озоноразрушающим технологиям, где оговаривается необходимость получения соответствующего сертификата, даже при вывозе для представления на выставке на несколько дней холодильников и другого холодильного оборудования. Решение этих вопросов отнимает массу сил и средств. Мне кажется, что разработка и принятие поправок в эти и другие подобные документы может стать более первоочередной задачей, чем разработка федерального закона о выставочно-ярмарочной деятельности.

Сергей Алексеев:

Что касается вопросов таможи. Я уже 22 года работаю в выставочной отрасли, мы делаем мониторинг каждой выставки. Привлекаем специальные международные аудиторские фирмы. Главная большая жалоба всех участников и региональных, и международных выставок – на безобразное состояние дел в таможенном оформлении.

У нас на выставку, бывает, приходят сотни машин, а экспонентов заставляют фотографировать каждый гвоздь, каждую конфетину или авторучку... Это все нужно фотографировать и предъявить таможене в течение одного дня, потому что в соответствии с мировой практикой на «растаможку» дается 1-2 дня, не больше. Карнеты АТА не работают. Мы сейчас работаем по временным правилам, т.е. каждый день их могут отменить. Поэтому таможенная ситуация крайне важна для нас.

Леонид Говоров: Два года назад, в 2006 году, мы проводили в Государственной Думе слушания и определили основные направления развития нормативно-правового обеспечения. Это решение Комитетом Государственной Думы было рассмотрено, поддержано и разослано в соответствующие ведомства. Я этих направлений не увидел в предложенном документе.



Почему они не учтены? Нам не нужно снова обсуждать происходящее в Федеральной таможенной службе России. Есть потребности отрасли, мы должны их дальше пробивать, у нас есть соответствующая база, решение Государственной Думы, результаты слушаний и т.д.

Дмитрий Готовцев: Наверное, все-таки не зря ответственные функции по подготовке нормативно-правовых актов возлагаются на федеральные органы исполнительной власти. Предложения по Федеральному закону N 94-ФЗ относительно обеспечения государственного заказа не совсем корректны, потому что в нем оговаривается не только механизм предоставления какого-то денежного обеспечения, но и ряд других: страхование, выписка гарантий и т.д. Данный вопрос не может быть решен в федеральном законе на уровне каких-либо преференций для одной отрасли.

Дальше, по поводу таможи. У нас существует на сегодняшний день порядок прохождения выставочными экспонатами таможенной границы, они не облагаются пошлинами, насколько я помню, а снижение разного рода пошлин по каким-то материалам, которые предполагается оставить у себя или продать за рубеж, соответственно рассматриваются

исключительно на Комиссии по таможенно-тарифным вопросам. Никаких индивидуальных преференций тоже не предусматривается в соответствии с Положением.

Что касается НДС, это проблема общая. Не только выставочники нуждаются в скорейшем решении вопроса по возврату НДС, который уплачен, но и многие другие.

ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНАЯ ИЛИ ВЫСТАВОЧНО-КОНГРЕССНАЯ?

Вопрос об определении главного предмета всех дискуссий – с чем мы имеем дело: выставочно-ярмарочной или выставочно-конгрессной деятельностью – не выявил общей точки зрения. Собравшиеся, в том числе и руководители крупнейших выставочных компаний разошлись во мнениях. В то же время большинство выступавших считает, что конгрессное направление работы чрезвычайно важно, перспективно, играет огромную роль в экономике страны, а значит – необходимо его выделить и приступить к проработке детальных планов его развития (в рамках общей Концепции развития выставочно-конгрессной деятельности, либо – в отдельном документе).

Вот что сказали выступавшие.

Сергей Алексеев: Сегодня в России ярмарки не проводятся, лишь выставки и конгрессы. Так что, ответ на этот вопрос очевиден.

Леонид Говоров: Проект Концепции, представленной на рассмотрение Комитетом ТПП РФ, говорит о выставочно-ярмарочной, а предложения «Экспоцентра» – о выставочно-конгрессной деятельности.

Неоходимо решить, о чем идет речь. Это разные вещи?

К слову, в Плате мероприятий по реализации Концепции о конгрессной деятельности ничего не сказано.

Думаю, нужно говорить о необходимости разработки Концепции развития конгрессной деятельности, наметить плановые мероприятия, которые надо провести в рамках ее реализации, планируемые результаты и т.д.

Если мы два этих направления деятельности будем вносить в Концепцию, целесообразно их разделить. Возможно, вопрос конгрессной деятельности будет проработан где-то более, а где-то менее детально.

План очень тяжелый и неструктурированный. В свое время мы говорили, что в Концепции надо выделить основные направления развития выставочной и конгрессной деятельности, и по ним составить план, не утяжеляя его. Вот этого сейчас нет, например, нормативно-правовая деятельность разбросана по целому ряду разделов.

Игорь Найденов: последние 15–20 лет, говоря о своей работе, мы применяем термин «выставочно-ярмарочная» деятельность. Но время идет, понятие «ярмарочная» уже в прошлом. Сельскохозяйственные ярмарки на ВВЦ, на которых проходила торговля, не относятся к торгово-промышленным выставкам, о которых мы говорим сегодня. Поэтому я предлагаю в дальнейшем в документах и дискуссиях понятие «ярмарочная» не использовать, упростить ситуацию. Это кстати и международной практикой подтверждается.

Андрей Шаповалов: Хотелось бы, чтобы конгрессная деятельность была выделена в Концепции. На примере «Сибэкспоцентра» могу сказать, что сегодня, проводя выставочно-ярмарочные мероприятия (именно во многом ярмарочные), мы начали ориентироваться на проведение деловых программ. Последнее мероприятие, которое с успехом прошло на нашей площадке – V Байкальский экономический форум: в одном из павильо-

нов состоялось пленарное заседание. В двух других расположилась выставка крупномасштабных проектов развития экономики Сибири и Дальнего Востока. Учитывая все вышесказанное, хотелось бы, чтобы в Концепции конгрессная деятельность была как-то подчеркнута.

Николай Липатников: Что касается конгрессной деятельности. Мы практически не проводим ярмарок. Объемы деятельности у нас не так велики. Вятская ТПП занимает по доходам от выставочной деятельности 5–6-е место среди всех торгово-промышленных палат России, но мы придаем большое значение проведению сопутствующих мероприятий, без которых мы не проводим ни одну выставку.

Посмотреть посмотри, но и предложения выскази властным структурам. Это принципиальное направление. От ярмарок мы уже ушли, проводим выставки вместе с деловой программой и рассматриваем это как концептуальное явление.

Андрей Лапшин: Мировая практика проведения серьезных коммерческих событий и выставок показывает, что проводить конгрессные мероприятия параллельно выставочным не совсем правильно, потому что экспоненты участвуют в выставках прежде всего с целью продать свою продукцию, большинство руководителей находятся на выставочных стендах и тратят свое время, чтобы искать клиентов. Поэтому наша компания стремится к тому, чтобы отделять все эти мероприятия от выставок. И в мире полно примеров, когда выставки проводятся вообще без параллельных программ, а организатор концентрируется на том, за что компании и платят деньги, чтобы иметь клиентов.

Поэтому моя позиция такова: конгрессная и выставочная деятельность – совершенно разные вещи. Считаю, что если мы, присутствующие здесь, в большинстве своем организуем выставки, то и обсуждать надо этот вид деятельно-

сти. Конгрессная деятельность несколько иная, и даже если взять Москву и посмотреть количество компаний, которые организуют различные семинары, конференции, конгрессы, я думаю, что их будет не одна тысяча, и они располагаются совершенно в другом поле, они не знают, наверное, большинство из них, что такое ТПП, никакого интереса к ней не проявляют и занимаются своим исключительно бизнесом. Поэтому, в этой связи, конгрессная деятельность всегда в нашем сообществе проскакивает как-то непонятным образом, так что мы толком не знаем, что это такое. Это немножко другой бизнес и другие люди им занимаются. Поэтому моя позиция – уйти от нее. То, что мы делаем – это семинары. Обычные семинары, параллельная программа, которая сопровождает любую выставку. Это не конгрессы в полном смысле, как это должно быть. Это немножко другое.

Дмитрий Готовцев: Сегодня затронули очень важную тему по поводу определений: что такое выставочная, ярмарочная и конгрессная деятельность. На мой взгляд, отделять и выбрасывать сейчас ярмарочную деятельность уж точно не стоит, потому что она, во-первых, нашла свое отражение во многих федеральных документах, законах и постановлениях. Помимо этого, я посмотрел План выставочно-ярмарочных мероприятий, проходящих под патронатом ТПП РФ в 2009 году, и увидел, что они просто начинаются с ярмарочных мероприятий, в принципе.

Здесь говорилось о ярмарках как о пережитке прошлого – не знаю, насколько это верно. Конечно, мы не сравниваем выставки с межотраслевыми ярмарками по продаже меда, которые, кстати, с удовольствием посещаю ежегодно.

Поэтому, прежде чем говорить о необходимости федерального закона, давайте уж сами для себя определимся, что такое выставочно-ярмарочная деятельность – в том виде, в каком мы ее себе представляем.

О ТЕРМИНАХ – НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ

Проект Национального стандарта «Выставочно-ярмарочная деятельность. Термины и определения» вызвал неоднозначные оценки. Профессоры-выставочники отнеслись к нему негативно. Что это значит? Наверное, необходимо изменить сам принцип подготовки этого документа – главными его разработчиками должны стать те, кто принимает непосредственное участие в организации выставок.

Сергей Беднов. Задача разработки Национального стандарта РФ «Выставочно-ярмарочная деятельность. Термины и определения» важна и своевременна. Это очень важный документ, и ТПП РФ над ним сейчас активно работает.

План мероприятий по реализации основных направлений Концепции развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации

2. Совершенствование нормативной правовой базы в области выставочно-ярмарочной деятельности

2.1. Подготовить предложения по совершенствованию правовой базы в области выставочно-ярмарочной деятельности

2.2. Разработать и ввести в действие Национальный стандарт Российской Федерации «Выставочно-ярмарочная деятельность. Термины и определения»

2.3. Разработать проект Федерального закона о выставочно-ярмарочной деятельности, включающий:
– определение правового положения участников выставочно-ярмарочной деятельности;
– общие правила проведения выставок и ярмарок в Российской Федерации
– единый пакет документов для участия в выставочных мероприятиях;
– разработку специальной программы развития выставочно-ярмарочной деятельности.

Хотелось бы акцентировать внимание на следующем моменте. Разработчиком этого национального стандарта по поручению Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии является Технический комитет «Бытовое обслуживание населения», в сфере действия которого отнесена выставочная деятельность. Считаю, что это неправильно, и не потому, что мы, выставочники, попадаем в один разряд с парикмахерами.

На самом деле это неправильно, поскольку в ИСО (Всемирная организация по стандартизации) есть Технический Комитет 237 «Выставочная деятельность», который уже разработал стандарт по выставочной терминологии. Думаю, что логично будет записать в План мероприятий по реализации Концепции создание отдельного Технического Комитета, аналогичного имеющемуся в ИСО.

РСВЯ уже обратилось в Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии с предложением создать Технический Комитет по выставочной деятельности.

Куратором Комитета может быть ТПП РФ или РСВЯ – данный вопрос должен быть решен при подготовке соответствующих организационных документов.

Профильный Технический Комитет должен заниматься национальным стандартом по терминологии в выставочной деятельности. Мы являемся членами международного выставочного сообщества, и должны понимать коллег из других стран. Вместе со специалистами РСВЯ мы проанализировали представленный на рассмотрение проект стандарта. К сожалению, он далек от терминов и определений, предлагаемых ИСО.

Что касается термина «выставочно-ярмарочная деятельность» – это предмет отдельной дискуссии. Можно назвать новый ТК «Технический комитет по выставочной деятельности», как и в ИСО.

Сергей Алексеев. Во всем мире выставочная индустрия не относится к области бытового обслуживания – это важнейший инструмент развития экономики страны.

И, в этой связи, я, может быть, скажу резко, но если представленный вариант национального стандарта будет принят, это нанесет огромный ущерб нашей выставочной индустрии не только внутри страны, но и на международной арене. Потому что там есть наивные определения, там совершенно не учитываются международные разработки.

Мы сегодня участвуем в глобальных процессах. В соответствии с принятой терминологией мы составляем уставы, юридические документы и договора, по которым несем финансовую ответственность. Если будет принята предлагаемая терминология, мы просто будем вынуждены прекратить свою деятельность. Поэтому я прошу использовать при подготовке стандарта и в дальнейшем мнение юристов нашего Союза.

Леонид Говоров. Стандарт очень сырой, мы тоже его рассматривали на Гильдии. В таком виде его, конечно, не стоило выпускать. Надо еще раз его посмотреть, «покрутить» в выставочном сообществе, пригласить специалистов и внимательно с ним поработать. Это определяющий документ, и менять его будет чрезвычайно сложно. Мы можем принять некий документ с благими намерениями, но во вред работе организаций, которые в этой отрасли задействованы.

Татьяна Зворыкина: Предлагаю в стандарте «Выставочная-ярмарочная деятельность. Термины, определения», прежде всего, договориться о терминах. Ведь даже в предложенном проекте Концепции сам предмет рассмотрения характеризуется разными терминами: «выставочная», «выставочно-ярмарочная», «выставочно-конгрессная» деятельность.

Почему возникла необходимость разработки национального стандарта? На его отсутствие обратило внимание Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии. Многие отрасли экономики оформлены с точки зрения национальной стандартизации. В сфере туризма действуют три стандарта, в индустрии общественного питания – тоже три.

В области выставочно-ярмарочной деятельности нет ни одного стандарта. Когда была поставлена задача его разработки, Институт региональных экономических исследований, организация, имеющая опыт разработки национальных стандартов, согласилась работать в этом направлении.

По всем нормам стандарты в области терминологии являются самыми сложными. Первоначально дело шло очень тяжело, но когда подключились ТПП РФ и РСВЯ, появилась та редакция стандарта, которая сейчас обсуждается.

В стандарте имеется 153 термина, которые определяют позицию, институционные основы и понятия в области выставочных объектов, а также – вопросы управления.

Разработана достаточно хорошая версия национального стандарта, принять который можно в следующем году.

На данном этапе предлагаю усилить рабочую группу и доработать стандарт, не затягивая работу.

Как известно, в ИСО имеется Технический Комитет 237 «Выставочная деятельность. Терминология», созданный на базе Национальной организации по стандартизации Сингапура. Почему так произошло? Потому что именно в этой стране уже разработаны национальные стандарты в области выставочной деятельности.

Почему мы, в России, не можем подготовить свой национальный стандарт, а не подстраиваться под чужую концепцию?

В качестве разработчиков национального «выставочного» стандарта мо-

гут быть указаны ТПП РФ и РСВЯ при участии Уральского государственного университета и ИРЭИ. Это очень почетно.

Уверена, нам надо собрать все силы и сообща разработать национальный стандарт.

КООРДИНАЦИЯ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ – МЕЧТА?

Вопрос координации – самый обсуждаемый на всех профильных заседаниях и встречах в течение пятнадцати лет. И при этом – самый нерешаемый. Координировать выставочную деятельность в приказном или «добровольно-принудительном» порядке в условиях рынка практически невозможно – именно это говорили выступавшие.

Сергей Алексеев: Что касается координации – действительно вопрос серьезный. Не думаю, что сегодня, по крайней мере, во многих регионах Правительство России легко отдаст координацию выставочной деятельности палатам. Это очень важный вопрос. Координация сопутствует распределению средств регионального и федерального бюджетов.

Вполне могу понять позицию Министерства промышленности и торговли России.

Им передали вопросы выставочной деятельности. И что им делать? Как координировать две тысячи выставок в год, которые проводятся в России? Можно ли вообще их координировать в приказном порядке? Координация возможна лишь на базе рыночных отношений.

Андрей Лапшин: Безусловно, любая координация выставочной деятельности, в том числе передача этой функции торгово-промышленным палатам, на мой взгляд, тоже уже мечта, отошедшая в прошлое.

В любом случае наш бизнес вряд ли будет поддаваться какой-либо координации, мы все совершенно свободны на рынке, и, единственное, что нас может координировать, это наши договоренности, какие-то внутренние обсуждения спорных вопросов. Не более. К тому же, в настоящий момент, многие торгово-промышленные палаты являются активными игроками на рынке, организуют самостоятельные выставочные мероприятия, поэтому передача любой функции координации торгово-промышленным палатам приведет к ущемлению интересов других организаторов в том или ином регионе.

И это уже происходит во многих регионах.

Участники заседания приняли решение, в соответствии с которым представленные материалы были доработаны (с учетом высказанных замечаний) и переданы в Минпромторг России в сроки, указанные в Поручении Правительства Российской Федерации.